



Beste Werbung für Trinkwasser: Stadtwerkechef Markus Hannig und Jurymitglied Antje Röhl freuen sich auf den Wettbewerb. Mit der 12-jährigen Luca Marie Hohmeier (2.v.l.) und der 13-jährigen Maleen Ramroth (3.v.l.) von der Stadtschule Lübbecke sind schon die ersten beiden Interessentinnen für das Casting zum Wassergirl gefunden. Das Plakat zeigt das erste Wassergirl Antonia Brennemann. FOTO: KIRSTEN TIRRE

Stadtwerke suchen „Wassergirl“

Mädchen zwischen 10 und 16 Jahren können sich bewerben

■ **Lübbecke (nw/tir).** Verschiedene wissenschaftliche Studien, darunter eine Untersuchung der Uni Paderborn, zeigen, dass Kinder und Jugendliche oft zu wenig trinken. Darunter leidet die Leistungsfähigkeit. Nach der Premiere 2008 suchen die Lübbecke Stadtwerke nun erneut das „Lübbecke Wassergirl“, welches mit seiner Persönlichkeit für das Trinkwasser der Region steht. Das Wassergirl soll nicht nur Sympathieträgerin sein, sondern Gleichaltrige zum Genuss von Trinkwasser anregen.

Nach sieben Jahren soll erneut ein Wassergirl für Lübbecke gecastet werden. „Schließlich ist eine neue Generation Kinder und Jugendliche herangewachsen, der wir gerne auf ihrem Lebensweg mitgeben möchten, dass Trinkwasser ein großartiges Getränk ist“, so Markus Hannig, Geschäftsführer der Stadtwerke Lübbecke GmbH.

2008 machte Antonia Brennemann unter rund 50 Bewerberinnen das Rennen. Die 18-Jährige macht heute eine Ausbildung zur Physiotherapeutin und erinnert sich gerne an das damalige Casting zurück. „Es hat viel Spaß gemacht. Die Aktion ist toll und

die Idee dahinter gut.“ Mit ihrem Lächeln hat sie auf Plakaten der Stadtwerke für die Bedeutung von Wasser als Lebensmittel geworben.

Denn Studien zeigen: Jeder 20. Schüler trinkt nie etwas zum Frühstück. Und: Knapp ein Viertel aller Schüler nimmt während des Schulbesuchs keine oder nur selten Flüssigkeit zu

sich. Als Durstlöscher trinken Kinder und Jugendliche dann häufig völlig ungeeignete, stark gesüßte Getränke. So enthalten 500 Milliliter Cola rund 200 Kalorien, die gleiche Menge Schokomilch sogar fast doppelt so viel.

Der Trend zu einer Gesellschaft, in der immer mehr Menschen an Übergewicht leiden, sei

ungebrochen und nicht von der Hand zu weisen, dass stark gesüßte Getränke daran ihren Anteil haben. Trinkwasser oder mit Trinkwasser zubereiteter Eistee würden die Energiebilanz des Körpers hingegen nicht belasten und haben einen weiteren positiven Effekt: Trinken Kinder ausreichend, sind sie leistungsfähiger und erzielen bessere schulische Noten, wie eine Untersuchung der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd zeigte.

Das Casting

■ **Bewerben** können sich Mädchen zwischen 10 und 16 Jahren aus Lübbecke, Espelkamp, Hille, Hüllhorst und Pr. Oldendorf. Beim Casting steht der Spaß im Vordergrund. Karola Halwe, bei den Stadtwerken für das Casting zuständig: „Unser Wassergirl muss kein Super-Model sein. Wichtiger sind persönliche Ausstrahlung und Pffiffigkeit. Schließlich soll sie als ‚ganz normales Mädchen‘ anderen Kindern Lust darauf machen, mehr Trinkwasser zu trinken.“

Die Jury setzt sich zusammen aus: Karin Detert (Berufskolleg), Karola Halwe (Stadtwerke), Markus Hannig (Stadtwerke), Yana Müller und Antje Röhl

(Stadtschule), Jürgen Lowis (Lowis & Partner), Bürgermeister Eckhard Witte sowie Kirsten Tirre und Friederike Niemeyer von der heimischen Tagespresse.

Bewerbungsschluss für das Casting ist der 17. April 2015. Bewerbungsunterlagen (mit Erklärung der Eltern) sind erhältlich bei den Stadtwerken Lübbecke oder als Download über die Homepage www.stadtwerke-luebbecke.de

Die Gewinnerin des Castings erhält – neben der Aufmerksamkeit der ganzen Region – als Preis einen Betrag von 250 Euro. Außerdem gibt es für die Siegerin im Anschluss an das Casting ein Fotoshooting mit einem Profifotografen.

»Ansprache der Zielgruppe erfolgt auf Augenhöhe«

Informationen zum „richtigen“ Trinken seien also absolut notwendig.

Markus Hannig: „Wir glauben, dass dieses in besonderer Weise mit Hilfe des Lübbecke Wassergirls gelingen kann. Die Ansprache der Zielgruppe erfolgt auf Augenhöhe. Das Casting selbst wird das Thema außerdem erneut ins öffentliche Bewusstsein rücken und für eine entsprechende Sensibilisierung sorgen. Dabei geht es uns nicht darum, andere Getränke zu ‚verteufeln‘, wir möchten jedoch das Bewusstsein von Kindern und Eltern schärfen.“